# 融媒体时代新闻宣传面临的挑战和应对策略探讨

魏树娇
（中央广播电视总台，北京 100859）

**摘　要：**大数据技术和信息技术的出现改变了新闻宣传的媒体传播方式，需要将融媒体合理应用于新闻宣传工作中。本文分析了融媒体时代新闻宣传工作面临的挑战和机遇，从提高新闻宣传工作者能力、融合媒体资源、拓宽宣传渠道、明确定位和目的以及打造融媒体新闻宣传队伍等方面提出了融合发展的建议。

**关键词：**大数据技术；信息技术；融媒体；新闻宣传；融合发展　　**中图分类号：**G214　　**文献标识码：**A
**文章编号：**1671-0134（2021）06-043-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.06.010
**本文著录格式：**魏树娇．融媒体时代新闻宣传面临的挑战和应对策略探讨 [J]. 中国传媒科技，2021（06）：43-45.

## 导语

随着融媒体时代的到来，融媒体的发展为新闻宣传领域带来了巨大的挑战和新的发展机遇。新闻宣传应当改变传统的、单一的媒体传播方式，利用媒体的多平台进行宣传，将新闻宣传和融媒体共同为受众提供更有针对性、更加丰富、更加优质的新闻内容，在新闻宣传中将各个媒体融合起来，满足不同受众对不同新闻信息的需求。

## 1. 融媒体时代新闻宣传工作面临的挑战和机遇

### 1.1　融媒体时代新闻宣传工作面临的挑战

融媒体时代的新闻宣传工作面临着很大的挑战，新闻宣传工作的宣传方式更加多样和宣传内容更加多元。融媒体在媒体发展的过程中是一种比较创新和优化的媒体工作模式，可以整合各种媒体资源和媒介载体，综合各类媒体的优势，使媒体在新闻宣传工作中发挥最大的作用，将融媒体应用于新闻宣传工作能够促进媒体行业和新闻宣传行业的共同发展。在传统的新闻宣传工作中，媒体的单一性和局限性使新闻宣传工作的宣传方式十分单一，新闻宣传的受众有限和速度较慢，已经无法满足融媒体时代下人们获取信息的需求。这要求新闻宣传工作不断创新宣传的方式并丰富新闻宣传的渠道，在新闻宣传工作中合理应用互联网和信息化平台，及时满足受众对新闻信息的不同需求，让受众能够随时随地看到自己感兴趣的新闻信息。另外，在媒体加速融合、新闻平台快速增多和宣传方式日益多样化的情况下，新闻宣传的内容也越来越丰富和多元，对新闻宣传工作者在内容上的创新提出了更高的要求。融媒体时代下从业人员的数量不断增加打破了传统媒体格局，更多优质的内容在多种多样的媒体平台中不断涌现，为新闻宣传的内容带来了一定的启发和挑战。所以，新闻宣传方式多样化和宣传内容多元化的发展趋势为创新新闻宣传工作模式和提高工作人员能力素养带来了很大的挑战。

### 1.2　融媒体时代新闻宣传工作的发展机遇

融媒体时代虽然对新闻宣传工作提出了更高的要求，为新闻宣传的工作方式带来了很大的挑战，但融媒体也是新闻宣传工作进一步发展和转型的机遇，新闻宣传工作需要适应时代发展的潮流和观众的实际需求，为丰富新闻宣传方式和内容，加强融媒体在新闻宣传工作中的应用，将融媒体的资源和内容进行融合。新闻宣传可以通过整合传统媒体和新媒体的资源来改变过去的新闻宣传方式，在保证新闻宣传内容统一性的基础上拓宽宣传的渠道。在整合媒体资源的情况下开展新闻宣传工作，可以将传统媒体的广播和电视等与新媒体的网站、媒体平台进行融合，在新闻宣传工作中设立专门的融媒体宣传部门，科学安排融媒体新闻宣传部门中的工作人员和各岗位职责。新旧媒体资源的融合对于新闻宣传工作既是一个挑战，更是新闻宣传工作模式和工作人员的发展机遇。融媒体时代，新闻宣传能够整合媒体内容，打破传统媒体和新媒体的界限，使二者达到最好的交流和融合，利用互联网媒体的优势来突破新闻宣传在时效性、宣传范围和受众等方面的局限。可以充分利用新媒体平台和观众进行互动，通过互联网和众多新媒体平台掌握受众的需求，根据受众的需求来调整新闻宣传的内容，使新闻宣传的内容在融媒体的作用下更加具有针对性和丰富性。[1]

## 2. 融媒体时代新闻宣传工作开展的策略

### 2.1　增强新闻宣传工作者的采编水平和创新意识

融媒体时代下新闻宣传工作应当将提高工作人员的能力水平放在首要位置，只有提高新闻宣传工作人员的采编能力并培养工作人员的创新意识，才能使新闻宣传工作早日跟上融媒体时代发展的步伐。融媒体时代新闻宣传工作的开展离不开数量众多的新媒体平台和先进的新媒体技术，为了使新闻宣传工作和融媒体共同发展，需要在培养工作人员的过程中提高其综合能力，强化新闻宣传工作人员的业务水平和专业水平，尤其要注重提高采编能力和对新闻热点信息的敏感度。融媒体时代的新闻宣传可以通过同行业融合、跨界融合和多媒体信息集成的媒体融合形式进行宣传方式的创新。同行业融合指的是新闻宣传的传播方式在同一个媒体中的融合，跨界媒体融合需要新闻宣传在传播中将不同的媒体融合到一起，多媒体信息集成可以在宣传中应用多媒体技术手段。为灵活运用各种融媒体形式和技术，新闻宣传工作

人员可以在学习、实践和反思的过程中提高自身的专业能力和创新能力。创新意识和能力在融媒体时代下的新闻宣传工作中也非常重要，新闻宣传工作者在具备创新意识和能力的情况下能够快速捕捉到媒体行业在融合发展过程中的优势，将融媒体的优势更好地应用到新闻宣传工作中。创新意识的培养还能激发新闻宣传工作者的好奇心和学习积极性，使工作人员能够在融媒体时代下自觉主动地学习新闻宣传和媒体融合，有效整合新旧媒体以促进新闻宣传工作的开展。[2]

### 2.2　融合媒体资源，增强新闻宣传工作的时效性

在融媒体时代下，要想保证新闻宣传工作的时效性，需要促进新旧媒体融合发展，发挥新闻宣传和融媒体的优势来保证新闻宣传的时效性和传播效果。新闻宣传工作人员在融合媒体资源时可以使用跨界媒体融合的方式，如将电视这一传统媒体形式和网络平台这一新媒体形式的新闻宣传进行多方面的整合。在各类媒体并行的时代背景下，新闻宣传工作无法针对每种形式的媒体传播方式设立单独的部门，整合多种媒体进行宣传能最大程度保证信息的一致性，将各种信息资源、媒体素材、采编人员进行统一的分配和调度，有效提高融媒体新闻宣传工作的效率并增强传播效果。传统媒体由于普遍使用报纸和电视等传播方式，在采编、排版、制作上都有一整套规范和流程，对于新闻信息的传播速度有一定影响，融媒体时代下的新闻宣传能够利用网络平台和多媒体平台将比较紧急的信息快速传播出去。新闻宣传的影响力和公信力离不开信息传播的时效性和准确性，媒体融合可以保证受众在各种媒体渠道中能够第一时间了解新闻信息。新闻宣传工作者在融合新旧媒体的过程中需要分析传统媒体和新媒体形式的特点、优势和规律，对传统媒体和新媒体之间的共同之处进行研究和总结，以两者的共同点作为基础实现二者的融合，使媒体在融合过程中发挥最大的优势，借助先进的信息技术整合信息资源，为受众提供高效、精准和优质的新闻内容。[3]

### 2.3　拓宽融媒体时代新闻宣传工作的渠道

融媒体是时代发展的必然趋势，也是各行各业宣传工作革新的重要途径，在融媒体时代下的新闻宣传工作应当利用各种各样的媒体形式来拓宽宣传和传播的渠道，使新闻宣传工作的方式更加多样化。新闻宣传工作人员在对各种媒体的优势进行分析之后，还应当考虑到受众需求、宣传方式和传播范围等，根据不同媒体的特点促进传统媒体和新媒体的融合。新闻宣传可以将传统媒体的宣传内容在网络平台中进行宣传，以适应现代社会受众的阅读方式和观看习惯，如网站中的新闻宣传可以与报纸中的新闻信息进行整合，电视中的新闻宣传内容则可以在此基础上进行简化，将重要的信息内容录制成短视频的形式发布到视频媒体平台中。新闻宣传渠道的拓宽需要在新闻宣传的策划阶段就具备融媒体的意识，根据不同媒体形式的特点来规划不同的信息内容和传播方式。传统媒体和新媒体相比，传统媒体更具有规范性且新闻宣传的流程和方式更加完整，很多新媒体的宣传方式是近几年才兴起的，新闻宣传对很多新媒体的应用还处于初步阶段，需要不断探索。将传统媒体和新媒体相结合进行新闻的宣传能够提高宣传的效果，让受众及时了解到新闻信息，新媒体通过加强和受众的互动能够了解受众对报道内容的探讨和新闻宣传工作的看法，进一步增强新闻宣传的影响力。[4] 新媒体还能够利用大数据技术对受众的信息接收情况进行统计和分析，为改进新闻宣传的方式、形式和内容提供数据支持。

### 2.4　把握新闻宣传工作的定位

新闻宣传工作在各类媒体融合的时代背景下应当革新自身的工作机制和宣传模式，对融媒体新闻宣传工作做好定位，在明确新闻宣传定位的基础上深化新闻内容和丰富宣传形式，在新闻宣传工作中最大程度发挥融媒体的优势和作用，令新闻宣传工作紧跟时代发展要求。新闻宣传要想在融媒体时代准确做好定位，需要做好新闻宣传、各类媒体平台和受众的调研，综合考虑多方面因素进行定位。精准定位能够保证新闻宣传在风格和形式等方面具有统一性，新闻宣传的定位准确还能够吸引固定的受众定期观看，更容易使受众印象深刻。媒体融合环境中的信息传播途径越来越多，各个媒体平台中的信息数量越来越多，受众更加容易接收到信息，但各类信息的内容和质量往往得不到保证，准确的定位能够有效保证新闻信息的有效性和新闻信息内容的深度和质量，提高受众对新闻宣传的认可度和依赖性。通过定位和调研能够更好地掌握受众的喜好和经常用来接收信息的方式。如当代年轻人很少会观看电视，更多使用手机的各个软件平台来浏览新闻内容，而老年人会经常观看电视新闻和收听广播中的新闻，对于两类不同的媒体传播方式和主要的受众人群，新闻宣传应根据具体的媒体传播和受众的特点对新闻的形式进行调整。但新闻的内容和素材等可以进行统一，保证新闻宣传的一致性。

### 2.5　明确新闻宣传目的和内容

在媒体融合时代创新新闻宣传工作模式需要明确新闻宣传的定位、目的和内容。应当熟悉新闻业务、传播规律和宣传主题。新闻宣传在策划和选题中应当明确宣传目的，如果是对党和政府的理念、指导方针和政策等进行宣传，就要保证新闻宣传的简明准确和正能量导向。新闻宣传在多媒体的应用中需要熟悉新闻的业务和工作流程，工作人员要在掌握业务的基础上进行新闻的采集和编辑，根据新闻宣传的目的深入研究新闻的选题和采访要提出的问题，利用不同媒体平台、使用不同的采访方式和宣传方式。新闻宣传在融媒体的应用过程中需要分析媒体传播的规律，依照新闻传播目的对媒体传播进行调整。传统媒体传播渠道往往宣传的范围有限，融媒体时代下的新媒体传播方式有着更多受众，能够与受众进行互动，及时得到新闻的反馈。新闻宣传在明确目的之后可以帮助工作人员明确新闻宣传的选题，融媒体时代的信息传播方式多种多样，但新闻宣传的目的和主题需要统一，新闻宣传应当按照同一个主题进行全面的信息资源收集和整合，在不同的媒体平台和角度对同一个

主题进行宣传和探讨。[5] 融媒体时代的新闻宣传工作需要注重新闻内容，在明确新闻定位和目的的基础上确定新闻的内容、标题和形式，要保证新闻内容的简练、真实、有效，确保新闻内容的质量并提高新闻宣传的权威性。

### 2.6　建设融媒体新闻宣传队伍

新闻宣传工作具有很强的专业性，融媒体时代对新闻宣传队伍提出了更高的要求，为推进融媒体在新闻宣传中的应用，需要加快建设复合型和业务能力强的新闻宣传队伍。新闻宣传工作人员应当严格要求自己，对新闻的选题、采编和宣传内容等要有专业的工作能力，使其具备敏锐的信息捕捉能力和信息洞察力，培养新闻工作者的创新意识和对信息的敏感性。[6] 只有提高工作人员的专业水平，打造专业的新闻宣传队伍，才能满足媒体融合的发展要求。了解每个新闻信息适合在哪个媒体平台发布、以什么形式发布以及怎样进行舆论引导。融媒体时代的新闻宣传工作应注重对人才进行专业能力的指导和新媒体技术的培训，为融媒体新闻宣传队伍提供高素质的人才。新闻宣传工作从选题、采编到宣传和反馈的各个方面都需要专业能力强的人才，新闻选题应当注重信息的事实以及新闻的深度和广度，新闻的采编需要使用恰当的采编方式，根据传统媒体和新媒体新闻的不同写作方式进行编写，合理选择媒体传播渠道，在网络新媒体平台中和受众进行互动，通过互动交流和平台的数据信息了解受众获得信息的途径和受众对不同新闻内容的接受程度。为满足以上需求，新闻宣传工作者应不断提高自身的业务能力，形成一支融媒体时代的新闻宣传队伍。

## 结语

融媒体时代新闻宣传应当肩负起正向舆论引导的作用，充分利用融媒体扩大新闻宣传的渠道和受众，为社会大众提供具有时效性、一致性、真实性的优质内容。新闻宣传需要分析不同媒体的特点，对各类资源和信息进行整合，发挥新旧媒体的优点来提高新闻宣传的效果，在新闻宣传的融媒体应用中实现宣传的多样性和形式的多元化。媒

## 参考文献

[1] 吴永桂 . 融媒体时代的新闻宣传策划路径研究 [J]. 传媒论坛，2020（22）：42–43.
[2] 李晴 . 融媒体时代的新闻宣传策划路径探索 [J]. 传媒论坛，2020（19）：54+56.
[3] 蔡冰，马东雷，张广梅 . 浅析融媒体时代新闻宣传面临的挑战和机遇 [J]. 记者观察，2020（23）：156–157.
[4] 田旭东 . 融媒体时代新闻宣传面临的挑战和应对策略 [J]. 传媒论坛，2020（11）：35–36.
[5] 李旭阳 . 融媒体背景下新闻宣传工作的对策研究 [J]. 传媒论坛，2020（10）：34–35.
[6] 孙燕 . 融媒体时代广播电视新闻编辑转型策略 [J]. 中国传媒科技，2021（4）：78–80.

**作者简介：**魏树娇（1987–），女，北京，中级职称，研究方向：新闻传播、新媒体、融媒体。

（责任编辑：张晓婧）

---

（上接第39页）

应的意见和建议进行节目内容和方式的调整。[6] 比如健全相关的信息反馈管理制度，加强客服工作人员的工作行为规范管理和服务意识的提升，促进互动管理工作的提升，这对于当下提升传统电视媒体传播力起到了良好的促进作用，同时符合广大新用户所需要的信息服务需求，是提升传播力的重要途径。

## 结语

在互联网信息科技不断进步的当下，融媒体时代的到来使得很多传统媒体受到了巨大冲击和挑战，但是同时也带来了无限创新生机，传统媒体必须紧随时代潮流，结合自身特点实现新时期的创新，才可实现持续发展。提升传统媒体传播力是促进传统媒体发展和进步的重要推动力，本文以传统电视媒体为例，从构建融合型新型电视媒体、注重自身公信力的提升、加强自身品牌的建设、实现节目互动管理的创新几个方面进行了提升电视媒体传播力的策略研究。通过研究可以发现，利用互联网信息技术，以用户需求为中心，充分发挥自身主流媒体作用、创新节目制作和交流等可以提升节目影响力、开拓更多信息渠道、获取更多用户等，实现传播力的提升，实现传统媒体在当下的创新和发展。媒

## 参考文献

[1] 金霄，刘永昶 . 长尾转向：论当下电视媒体的传播力提升策略 [J]. 南通大学学报（社会科学版），2021（1）：131–140.
[2] 解舒涵 . 全媒体时代电视新闻提升传播力的策略探讨 [J]. 新闻文化建设，2020（14）：111–112.
[3] 李思静 . 基于广播电视的主流媒体传播力提升策略 [J]. 电子技术，2020（9）：182–183.
[4] 陈嘉宾 . 电视民生新闻如何提升传播力 [J]. 新闻世界，2019（12）：27–29.
[5] 舒坤秀 . 浅谈传统媒体借助短视频提升传播力的策略 [J]. 新闻研究导刊，2020（11）：118–119.
[6] 李敏 . 新媒体时代提升主流媒体新闻传播力的策略 [J]. 新闻传播，2020（4）：97–98.

**作者简介：**薛晨丹（1983–），女，内蒙古呼和浩特，中级编辑，研究方向：新闻与传播。

（责任编辑：胡杨）